

ПРОЕКТ



**НАЦІОНАЛЬНА КОМІСІЯ,
ЩО ЗДІЙСНЮЄ ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРАХ
ЕЛЕКТРОННИХ КОМУНІКАЦІЙ, РАДІОЧАСТОТНОГО СПЕКТРА
ТА НАДАННЯ ПОСЛУГ ПОШТОВОГО ЗВ'ЯЗКУ**

ПОСТАНОВА

м. Київ

№ _____

**Про затвердження Порядку
ідентифікації, визначення та
аналізу ринків певних електронних
комунікаційних послуг**

Відповідно до частини першої статті 81, частини першої статті 82 та частини першої статті 83 Закону України «Про електронні комунікації», пункту 1 частини четвертої статті 4 Закону України «Про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сферах електронних комунікацій, радіочастотного спектра та надання послуг поштового зв'язку», враховуючи положення Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їїніми державами-членами, з іншої сторони, Директиви Європейського Парламенту та Ради (ЄС) 2018/1972 від 11 грудня 2018 року про запровадження Європейського кодексу електронних комунікацій, «Рекомендації Комісії (ЄС) 2020/2245 від 18 грудня 2020 року щодо відповідних ринків послуг у секторі електронних комунікацій, які підлягають попередньому регулюванню відповідно до Директиви (ЄС) 2018/1972

Європейського Парламенту та Ради, що встановлює Європейський кодекс електронних комунікацій (2020/L 439/23)», «Настанови Комісії щодо аналізу ринку та оцінки значної ринкової влади відповідно до нормативно-правової бази Співтовариства для електронних комунікаційних мереж і послуг (2002/C 165/03)», «Настанови щодо аналізу ринку та оцінки значної ринкової влади відповідно до нормативно-правової бази Європейського Союзу для електронних комунікаційних мереж і послуг (2018/C 159/01)», Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах електронних комунікацій, радіочастотного спектра та надання послуг поштового зв'язку,

ПОСТАНОВЛЯЄ:

1. Затвердити Порядок ідентифікації, визначення та аналізу ринків певних електронних комунікаційних послуг, що додається.

2. Визнати такими, що втратили чинність:

рішення Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації від 11 грудня 2018 року № 640 «Про затвердження Порядку проведення аналізу ринків певних телекомунікаційних послуг та визначення операторів, провайдерів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою на ринках таких послуг», зареєстроване в Міністерстві юстиції України 17 січня 2019 року за № 54/33025 (із змінами);

рішення Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації від 14 липня 2020 року № 269 «Про затвердження Порядку визначення ринків певних телекомунікаційних послуг», зареєстроване в Міністерстві юстиції України 10 вересня 2020 року за № 866/35149.

3. Управлінню аналізу ринків та звітності в установленому законодавством порядку подати цю постанову на державну реєстрацію до Міністерства юстиції України.

4. Ця постанова набирає чинності з дня її офіційного опублікування.

Голова

Олександр ЖИВОТОВСЬКИЙ

ПРОЕКТ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Постанова Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сферах електронних комунікацій, радіочастотного спектра та надання послуг поштового зв'язку
_____ 2023 р. № _____

ПОРЯДОК

ідентифікації, визначення та аналізу ринків певних електронних комунікаційних послуг

I. Загальні положення

1. Цей Порядок встановлює організаційно-правові засади процедури ідентифікації, визначення та аналізу оптового та/або роздрібного ринку певних електронних комунікаційних послуг (далі – ринок певних послуг), визначення постачальників електронних комунікаційних мереж та/або послуг (далі – постачальників) із значним ринковим впливом (далі – із ЗРВ) на цих ринках.

2. Цей Порядок використовується Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сферах електронних комунікацій, радіочастотного спектра та надання послуг поштового зв'язку (далі – НКЕК), в межах повноважень визначених Законом України «Про електронні комунікації» (далі – Закон) для ідентифікації, визначення та аналізу ринків певних послуг, характеристики яких можуть обґрунтувати запровадження регуляторних зобов'язань та визначення постачальників із ЗРВ.

3. У цьому Порядку терміни вживаються у значенні, наведених у Законі

та інших нормативно-правових актах у сфері електронних комунікацій.

4. Дія цього Порядку поширюється на всіх постачальників, включених до Реєстру постачальників електронних комунікаційних мереж та послуг.

II. Організаційні засади проведення ідентифікації та визначення ринків певних послуг

1. Ідентифікація ринків певних послуг проводиться на підставі рішення НКЕК за її власною ініціативою та/або за зверненням постачальника (ів), органів державної влади.

2. Звернення постачальника (ів), органів державної влади до НКЕК щодо ідентифікації ринків певних послуг повинно містити:

назву та реквізити заявника;

контактні дані, на які заявнику може бути надіслано відповідь;

обґрунтування щодо необхідності проведення ідентифікації ринку певних послуг;

пропоновану назву ринку певних послуг;

опис електронних комунікаційних послуг, запропонованих для проведення ідентифікації певних послуг;

обґрунтування запропонованих товарних меж ринку, а саме приналежність до відповідної групи взаємозамінних послуг, яка сформована з урахуванням наявних релевантних послуг та взаємозамінності з боку попиту і пропозиції;

дані щодо географічних меж (охоплення) запропонованого ринку послуг з наведенням орієнтовного обсягу надання відповідних електронних комунікаційних послуг на певній території або сукупності територій;

дані, які підтверджують стабільність існування запропонованого ринку певних послуг протягом не менше ніж одного року до моменту направлення звернення до НКЕК.

До звернення може бути надано іншу інформацію, у разі наявності, яка може бути використана під час ідентифікації такого ринку певних послуг.

Якщо інформація в зверненні за повнотою та змістом не відповідає

вимогам, наведеним у цьому пункті, звернення розгляду не підлягає та не пізніш як через десять днів від дня його надходження повертається заявникові з відповідними роз'ясненнями, за умови наявності поштової чи електронної адреси.

3. У рішенні НКЕК про початок проведення ідентифікації ринку певних послуг зазначається:

пропонована назва нового ринку певних послуг, що ідентифікується;

обґрунтування щодо необхідності проведення ідентифікації нового ринку певних послуг;

термін проведення консультацій з учасниками ринку, іншими зацікавленими сторонами, щодо ідентифікації нового ринку певних послуг.

4. Ідентифікація ринку певних послуг складається з таких етапів:

встановлення основних споживчих характеристик послуг (и);

проведення консультацій з учасниками ринку, іншими зацікавленими сторонами відповідно до розділу VIII цього Порядку;

формування звіту та прийняття рішення НКЕК щодо результатів ідентифікації ринку певних послуг.

5. Встановлення основних споживчих характеристик послуг (и), включає:

опис та функціональне призначення послуги;

ціна послуги;

взаємозамінні послуги (за наявності);

основні властивості послуги;

тип мереж(і).

6. НКЕК приймає рішення про ідентифікацію нового ринку певних послуг та доцільність проведення його подальшого визначення відповідно до розділу V цього Порядку або рішення НКЕК про відсутність підстав ідентифікації нового ринку певних послуг та недоцільності проведення такого визначення.

Якщо у рішенні про ідентифікацію нового ринку певних послуг зазначено

про доцільність проведення визначення ринку, то НКЕК в цьому рішенні зазначає:

назву ринку певних послуг, що підлягає визначенню;
термін проведення визначення ринку певних послуг;
форми збору інформації для проведення визначення ринку певних послуг;
термін та спосіб надання постачальниками мереж та/або послуг необхідних даних для проведення визначення ринку певних послуг.

7. Визначення ринку певних послуг складається з таких етапів:

збір даних для проведення визначення ринку певних послуг відповідно до розділу IV розділу цього Порядку;

визначення товарних та географічних меж ринку певних послуг відповідно до розділу V цього Порядку;

тест трьох критеріїв відповідно до розділу VI цього Порядку;

проведення консультацій з учасниками ринку, іншими зацікавленими сторонами відповідно до розділу VIII цього Порядку;

формування звіту та прийняття рішення НКЕК щодо результатів визначення ринку певних послуг.

8. Рішення НКЕК про результати визначення ринків певних послуг розміщується на офіційному вебсайті НКЕК.

9. Ринки певних послуг не обмежують визначення ринків послуг в конкретних випадках згідно із законодавством про захист економічної конкуренції.

НКЕК має право проводити не всю процедуру ідентифікації та визначення ринку певних послуг у випадку, якщо ринки визначені відповідно до пункту 10 цього розділу.

Обґрунтування таких дій та відповідні висновки зазначаються в рішенні НКЕК про ідентифікацію та/або визначення ринку певних послуг.

10. НКЕК затверджує перелік відповідних ринків з урахуванням міжнародних угод України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, та відповідних рекомендацій міжнародних організацій та

вносить відповідні зміни до нього, за результатами ідентифікації, визначення ринків певних послуг та/або проведення їх аналізу.

11. Рішення НКЕК про результати визначення ринків певних послуг набирає чинності з дати їх прийняття, якщо цим рішенням не встановлено інший термін набрання ним чинності.

III. Організаційні засади аналізу ринку певних послуг

1. Аналіз ринків певних послуг проводиться на підставі рішення НКЕК з метою визначення, чи є ринок певних послуг таким, що підпадає під запровадження регуляторних зобов'язань, а також з метою визначення постачальника із ЗРВ, якщо він самостійно або спільно з іншими постачальниками займає на ринку становище економічної сили, що дає можливість йому діяти значною мірою незалежно від конкурентів і кінцевих користувачів послуг, в разі встановлення наявності підстав для накладення регуляторних зобов'язань.

2. Аналіз ринків певних послуг може проводитись за власною ініціативою НКЕК, за зверненням постачальників, органів державної влади або інших заінтересованих осіб.

3. Звернення щодо аналізу ринків певних послуг повинно містити:

назву та реквізити заявника;

контактні дані, на які заявнику може бути надіслано відповідь;

назву ринку певних послуг;

обґрунтування щодо необхідності проведення аналізу ринку певних послуг;

опис проблем на ринку певних послуг, які негативно впливають на ефективну конкуренцію на ньому.

До звернення може бути надано іншу інформацію, у разі наявності, яка може бути використана під час аналізу такого ринку певних послуг.

Якщо інформація в зверненні за повнотою та змістом не відповідає вимогам, наведеним у цьому пункті, звернення розгляду не підлягає та

не пізніш як через десять днів від дня його надходження повертається заявникові з відповідними роз'ясненнями, за умови наявності поштової чи електронної адреси.

4. НКЕК проводить аналіз ринку певних послуг:

упродовж строку, що не перевищує трьох років з дня визначення ринку певних послуг, якщо ринок певних послуг аналізується вперше;

упродовж строку, що не перевищує п'яти років з дня визначення постачальників із ЗРВ за результатами попереднього аналізу, якщо здійснює повторний аналіз ринку певних послуг.

5. За обґрунтованим зверненням учасників ринку певних послуг або за власною ініціативою НКЕК може достроково прийняти рішення про проведення повторного аналізу такого ринку певних послуг, але не раніше ніж через один рік після прийняття рішення про результати раніше проведеного аналізу відповідного ринку певних послуг.

6. У рішенні НКЕК про проведення аналізу ринку певних послуг зазначається:

назва ринку певних послуг, що аналізується;

термін проведення аналізу ринку певних послуг;

форми збору інформації для проведення аналізу ринку певних послуг;

термін та спосіб надання постачальниками необхідних даних для проведення аналізу ринку певних послуг.

7. Організаційні засади аналізу ринків певних послуг складається з таких етапів:

збір даних для проведення аналізу ринку певних послуг відповідно до розділу IV цього Порядку;

визначення (верифікація) товарних та географічних меж ринку певних послуг відповідно до розділу V цього Порядку;

проведення тесту трьох критеріїв, тобто перевірка того, чи є ринок певних послуг таким, що підпадає під запровадження регуляторних зобов'язань, проводиться відповідно до розділу VI цього Порядку;

визначення постачальників, які індивідуально або спільно мають ЗРВ на ринку певних послуг відповідно до розділу VII цього Порядку, в разі якщо ринок певних послуг підпадає під запровадження регуляторних зобов'язань;

оцінка стану ринку та наслідків в майбутньому відповідно до розділу IX цього Порядку, якщо ринок певних послуг визначено як такий, що не підпадає під запровадження регуляторних зобов'язань;

проведення консультацій з учасниками ринку, іншими зацікавленими сторонами відповідно до розділу VIII цього Порядку;

формування звіту та прийняття рішення про результати проведеного аналізу ринку певних послуг.

8. Аналіз оптового ринку певних послуг розпочинається з проведення оцінки роздрібного ринку певних електронних комунікаційних послуг, пов'язаного з відповідним оптовим ринком, шляхом проведення тесту трьох критеріїв та перевірки чи є пов'язаний роздрібний ринок (ринки) перспективно конкурентоспроможним за відсутності регулювання на оптовому рівні.

Послідовність аналізу оптового ринку певних послуг на виконання трьох критеріїв включає:

перевірку виконання одночасно трьох критеріїв на відповідному роздрібному ринку певних послуг;

перевірку виконання трьох критеріїв на відповідному оптовому ринку певних послуг за умови виконання трьох критеріїв на роздрібному ринку;

якщо на відповідному оптовому ринку певних послуг виконуються одночасно три критерії, то подальший аналіз продовжується відповідно до розділу VII цього Порядку з метою визначення постачальників, які індивідуально або спільно мають ЗРВ на оптовому ринку певних послуг;

якщо на відповідному роздрібному ринку не виконуються в сукупності три критерії, тобто ринок оптових певних послуг не підпадає під запровадження регуляторних зобов'язань, то подальше проведення аналізу на оптовому ринку певних послуг є недоцільним.

9. Звіт про результати аналізу ринку певних послуг має містити, зокрема:

висновки щодо верифікації товарних та географічних меж ринку певних послуг;

результати тесту трьох критеріїв;

висновки чи підпадає ринок певних послуг, що аналізується, під запровадження регуляторних зобов'язань;

виявлені проблеми, в разі наявності, значного ринкового впливу на відповідному ринку певних послуг та негативний вплив виявленої проблеми на функціонування ринку. Серед таких проблем можуть бути присутні: високі ціни, низька якість, антиконкурентні та дискримінаційні дії, перехресне субсидування, відмова у доступі тощо;

висновки щодо можливих наслідків на такому ринку певних послуг, якщо ринок певних послуг визначено як такий, що не підпадає під запровадження регуляторних зобов'язань.

10. У рішенні НКЕК про затвердження звіту за результатами аналізу ринку певних послуг зазначаються, зокрема:

назва ринку певних послуг, на якому було проведено аналіз;

звіт про результати аналізу ринку певних послуг;

дата набрання чинності цього рішення.

11. Рішення НКЕК про затвердження звіту за результатами аналізу ринку певних послуг публікується на офіційному вебсайті НКЕК (крім тих частин рішень, що містять інформацію з обмеженим доступом).

12. Постачальники мають право оскаржити рішення НКЕК про затвердження звіту за результатами аналізу ринку певних послуг у судовому порядку.

13. Під час аналізу ринків певних послуг НКЕК може враховувати як власні методології, так і загальноприйняті Органом європейських регуляторів у сфері електронних комунікацій (BEREC), Групою європейських регуляторів з мереж та послуг електронних комунікацій (ERG), про що має бути зазначено в звіті про результати аналізу ринку певних послуг за умови їх застосування.

14. НКЕК має право проводити не всю процедуру аналізу ринку певних

послуг в таких випадках, зокрема:

не проводити визначення (верифікацію) товарних та географічних меж ринку певних послуг, якщо визначення та аналіз ринку певних послуг проводився у строк, що не перевищує трьох років з дня прийняття рішення про результати визначення ринків певних послуг або про результати раніше проведеного аналізу відповідного ринку певних послуг;

не проводити тест трьох критеріїв, якщо визначення та аналіз ринку певних послуг проводився у строк, що не перевищує трьох років з дня прийняття рішення про результати визначення ринків певних послуг або про результати раніше проведеного аналізу відповідного ринку певних послуг;

інших випадках, якщо НКЕК обґрунтовано вважає, що інші етапи процедури аналізу ринку певних послуг недоцільні, та прийнято відповідне рішення.

Обґрунтування таких дій та відповідні висновки зазначаються в рішенні НКЕК про проведення аналізу ринку певних послуг та/або в рішенні НКЕК за результатами аналізу ринку.

15. Проведення аналізу ринку певних послуг здійснюється НКЕК та (у разі необхідності) у співпраці та з проведенням консультацій з Антимонопольним комітетом України в межах його повноважень, визначених законодавством.

16. У разі виявлення ознак порушення законодавства про захист економічної конкуренції під час проведення аналізу ринку певних послуг, НКЕК звертається до Антимонопольного комітету України з поданням для прийняття відповідного рішення.

IV. Збір даних для проведення ідентифікації, визначення та аналізу ринку певних послуг

1. НКЕК ідентифікує, визначає та аналізує ринки певних послуг на основі інформації, якою володіє, та інформації, що надається постачальниками, загальнодоступних даних, насамперед, статистичної

інформації, даних в розпорядженні НКЕК про попередні дії постачальників.

2. Для ідентифікації, визначення та аналізу ринку певних послуг НКЕК може використовувати такі дані:

регуляторну звітність постачальників, подану в установленому законодавством порядку до НКЕК;

інформацію постачальників, отриману в установленому законодавством порядку на запит НКЕК;

інформацію із звернень користувачів електронних комунікаційних послуг до НКЕК, а також відповідей на анкети, розроблені з метою вивчення стану ринку послуг;

дані державного статистичного спостереження;

дані, отримані під час проведення заходів державного нагляду за здійсненням діяльності у сфері електронних комунікацій;

результати аналізу ринків певних послуг за попередні періоди;

дані, отримані НКЕК від консалтингових організацій, що займаються проведенням досліджень, збором інформації тощо;

інформацію зі звернень постачальників до НКЕК;

дані досліджень міжнародних організацій;

інші дані з відкритих джерел інформації.

3. Форми збору даних для проведення ідентифікації, визначення та аналізу ринку певних послуг розміщуються на електронній регуляторній платформі НКЕК або надсилаються постачальникам разом з роз'ясненнями щодо їх заповнення.

4. НКЕК має право на будь-якому етапі проведення ідентифікації, визначення та аналізу ринку певних послуг робити додаткові або уточнюючі запити та вимагати надання інформації (роз'яснень, документів тощо) від постачальників.

5. Постачальники, надаючи інформацію для ідентифікації, визначення та аналізу ринку певних послуг, зобов'язані подавати та вказувати актуальні, достовірні, повні, точні дані, в тому числі дані про себе й свою діяльність у

сфері електронних комунікацій.

V. Визначення товарних та географічних меж ринку певних послуг

1. Визначення ринку певних послуг здійснюється з метою встановлення необхідності в попередньому регулюванні на цьому ринку певних послуг, незалежно від ринків, визначених відповідно до законодавства про захист економічної конкуренції.

2. НКЕК визначає ринки, характеристики яких можуть обґрунтувати запровадження регуляторних зобов'язань (ex-ante). Зокрема, з урахуванням рівнів конкуренції щодо доступу до фізичної інфраструктури електронних комунікацій, відповідно до принципів законодавства про захист економічної конкуренції, а також географічних оглядів розгортання мереж, що здійснюються згідно із статтею 21 Закону.

3. Товарні межі ринку (перелік послуг, що надаються на ринку) визначаються шляхом формування групи взаємозамінних послуг, у межах якої користувач послуги за звичайних умов може легко перейти від користування однією послугою до користування іншою.

4. Формування взаємозамінних послуг (груп послуг) здійснюється за такими ознаками, зокрема:

 подібності функціонального призначення, споживчих властивостей, умов використання, тощо;

 подібності фізичних, технічних, експлуатаційних властивостей і характеристик, якісних показників, тощо;

 наявності спільних груп споживачів та/або користувачів послуг (групи послуг);

 відсутності суттєвої різниці в цінах;

 здатності постачальників мереж та/або послуг запропонувати нові послуги на заміну існуючих, в тому числі з урахуванням застосування різних технологій.

Під час визначення подібності функціонального призначення послуг

аналізується здатність послуг виконувати одні і ті ж функції, а також задовольняти потреби користувача послуги.

5. Товарні межі ринку визначаються на основі двох критеріїв:

взаємозамінність з боку попиту;

взаємозамінність з боку пропозиції.

Критерій взаємозамінності з боку попиту характеризує взаємозамінні послуги, зокрема з огляду на їх призначення, фізичні та функціональні характеристики і ціни, та дозволяє визначити послуги, до яких легко могли б перейти користувачі послуг у разі незначного, але тривалого (не менше одного року) підвищення цін (5-10 %) на дану послугу, припускаючи, що ціни на інші послуги залишаються постійними. Взаємозамінність послуг електронних комунікацій з боку попиту може бути визначено на підставі аналітичного (статистичного) дослідження (тестування).

Критерій взаємозамінності з боку пропозиції характеризує взаємозамінні послуги, зокрема з огляду на їх призначення, фізичні та функціональні характеристики і ціни, та дозволяє визначити ступінь достатнього або належного рівня готовності постачальників мереж та/або послуг, які на даний час не надають відповідні послуги, розпочати їх надання без здійснення значних витрат та ризиків у разі гіпотетичного незначного, але тривалого підвищення цін (5-10 %), припускаючи, що ціни на інші послуги залишаються постійними. Взаємозамінність послуг електронних комунікацій з боку пропозиції може бути визначено на підставі аналітичного (статистичного) дослідження (тестування).

6. Ринок певних послуг включає всі послуги, які є взаємозамінними з боку попиту та пропозиції.

7. Якщо надання електронних комунікаційних послуг потребує суттєвої модернізації мережі, значних додаткових інвестицій або тривалого строку (не менше одного року) для впровадження послуги, що свідчить про потенційну конкуренцію, послуга не включається у ринок певних послуг, що аналізується.

8. За відповідним обґрунтуванням товарні межі ринку певних послуг можуть бути розширені з метою врахування релевантних (подібних) послуг, зокрема на які можуть вплинути географічні особливості територій, та які, хоча й не є безпосередньо взаємозамінними, але мають бути включені у визначення ринку певних послуг:

технологічна конвергенція, яка дозволяє постачальникам мереж та/або послуг пропонувати подібні послуги за рахунок збіжності в технічному наданні послуг, які можуть вплинути на зменшення потенційних витрат під час виходу на ринок, зокрема оцінюється можливість таких послуг на перспективній основі частково або повністю замінити традиційні послуги електронних комунікацій;

ланцюгова заміність, якщо послуга А і послуга С не є безпосередньо взаємозамінними, послуга В є взаємозамінною послугі А і послугі С, і таким чином, послуги А і С можуть належати до одного ринку певних послуг, оскільки їхня ціна може бути обмежена заміністю послуги В;

асиметрична взаємозамінність, якщо послуга А може бути взаємозамінною послугі В, навіть якщо послуга В не може бути взаємозамінною послугі А, що передбачає широке визначення ринку, яке охоплює обидві послуги. Це є особливо актуально, якщо технологічні розробки призводять до інновацій послуги, коли нова послуга включає всі функції попередньої, але набуває додаткових функцій або характеристик;

суміжні ринки, які характеризуються прямою взаємозалежністю та є дотичними, тобто кілька оптових ринків можуть надавати оптові вихідні ресурси для відповідного роздрібного ринку, і, навпаки, один оптовий ринок може надавати оптові вихідні ресурси для різних роздрібних ринків;

інші фактори та закономірності, що були виявлені під час визначення товарних меж ринку певних послуг та які різносторонньо характеризують цей ринок.

9. Географічні межі ринку визначаються шляхом встановлення території, у межах якої постачальники мереж мають можливість надавати

послуги та за межами якої, з точки зору користувачів придбання послуг (взаємозамінних послуг) є неможливим або недоцільним.

10. Географічна одиниця, з якої починається визначення географічних меж ринку певних послуг, встановлюється з урахуванням таких характеристик:

розмір географічної одиниці має бути оптимальним, щоб уникнути ресурсномісткого та обтяжливого мікроаналізу, який може призвести до фрагментації ринку;

географічна одиниця відображає структуру або топологію мережі всіх відповідних постачальників мереж та/або послуг;

географічна одиниця має чітку та стабільну територію з урахуванням часових меж дослідження ринку.

11. Географічні межі ринку можуть включати територію держави, територію Автономної Республіки Крим, областей, міст Києва та Севастополя, районів або частини їх території, у межах якої за звичайних умов користувач може задовольнити свій попит на певну послугу або територію здійснення діяльності постачальником.

12. Географічні межі ринку певних послуг можуть бути визначені на основі таких критеріїв:

територіальний (територія охоплена мережею);

правовий (існування географічних меж, встановлених законодавством);

регуляторний (наявність відповідних дозвільних документів, доступ до мережі та взаємоз'єднання);

ціновий (подібний рівень цін на аналогічні послуги в межах певної території).

13. Під час визначення товарних та географічних меж ринку певних послуг необхідно враховувати рівень інфраструктурної конкуренції на відповідних географічних територіях.

14. Умови конкуренції визначаються на підставі наявної інформації про обсяги надання певних послуг на різних територіях, наявності значних

відмінностей у цінах на ці послуги та їх якості, регіональні відмінності в системі дистрибуції послуг та інші специфічні відмінності між різними територіями.

15. Якщо умови конкуренції змінюються (включаючи потенційні обмеження конкуренції), відповідні ринки певних послуг можуть бути географічно розділені керуючись критеріями, визначеними в пункті 12 цього розділу.

16. Часові межі дослідження ринку певних послуг охоплюють час від закінчення проведення попереднього аналізу ринку, за умови його наявності, та складати не менше одного року, що передує даті проведення визначення ринків певних послуг.

VI. Тест трьох критеріїв

1. НКЕК визначає, чи ринок є таким, що підпадає під запровадження регуляторних зобов'язань перевіряючи наступні сукупні критерії:

високі та постійні структурні, правові чи регуляторні бар'єри доступу до ринку;

існуюча структура ринку не сприяє досягненню ефективної конкуренції протягом певного періоду, враховуючи стан конкуренції, що залежить від фізичної інфраструктури електронних комунікацій та інших факторів, що обумовлюють рівень конкуренції, крім бар'єрів доступу до ринку;

застосування виключно законодавства про захист економічної конкуренції недостатньо для вирішення виявлених проблем на ринку.

2. Структурні (технологічні) бар'єри виникають, коли специфіка технології, структура супутніх витрат та рівень попиту створюють асиметричні умови для діючих на ринку постачальників та їх потенційних конкурентів, що може призвести до створення перешкод для входження на ринок або створює не вигідні умови для входження на ринок.

Адміністративні (регуляторні) бар'єри впливають із законодавчих, нормативних або регулювальних вимог, що здійснюють безпосередній вплив

на умови входження на ринок (обмеження кількості користувачів радіочастотного спектру України, які використовують його для надання послуг; обмежена кількість ліцензій на користування радіочастотним спектром України та дозволів на користування ресурсом нумерації; заходи щодо контролю за цінами; надання ексклюзивних прав тощо).

3. Тенденція до ефективної конкуренції передбачає, що ринок певних послуг досягне стану ефективної конкуренції за відсутності попереднього регулювання протягом періоду проведення аналізу ринку або зробить це після цього періоду, за умови наявності чітких доказів позитивної динаміки щодо стану такої конкуренції.

Здатність нових постачальників мереж та/або послуг швидко збільшувати свою частку на ринку певних послуг може свідчити про те, що відповідний ринок є більш конкурентним, і що бар'єри на шляху входження можна подолати у обґрунтовані цим аналізом прогнозовані терміни, які будуть зазначені у звіті про аналіз ринку.

4. Якщо для надання певної послуги необхідно забезпечити наявність елементів мережі або інфраструктури, які не можуть бути дубльовані, або вартість дублювання яких конкурентами є економічно недоцільним, то стан конкуренції на ринку певних послуг вважається залежним від фізичної інфраструктури електронних комунікацій.

5. Якщо на ринку певних послуг наявні постачальники мереж та/або послуг мають можливості для значної економії на масштабі та/або економії на різноманітності послуг, та/або економії на щільності; а також мають тривалі господарські зв'язки з користувачами, довгострокові угоди щодо надання певних послуг тощо, то стан конкуренції на ринку вважається залежним від таких факторів.

6. Третій критерій використовується для оцінювання достатності наявних коригувальних заходів або таких, що можуть бути застосовані відповідно до законодавства захист економічної конкуренції для усунення виявлених стійких порушень на ринку певних послуг.

На ринку певних послуг запровадження регуляторних зобов'язань визнається недоцільним у разі підтвердження що критерії зазначені у пункті 1 даного розділу не виконуються.

7. Застосування тесту трьох критеріїв здійснюється під час визначення ринку певних послуг та/або аналізу ринку певних послуг:

1) проводиться перевірка виконання одночасно трьох критеріїв на відповідному ринку певних послуг;

2) якщо у сукупності виконуються три критерії, то тест трьох критеріїв вважається пройденим;

3) якщо на ринку не виконується хоча б один із трьох критеріїв, то тест трьох критеріїв вважається не пройденим.

VII. Визначення постачальників мереж та/або послуг із значним ринковим впливом на ринку певних послуг

1. Під час виявлення постачальників із ЗРВ на ринку певних послуг застосовуються критерії, визначені цим розділом та враховуються наявні ринкові умови, очікувані або передбачувані ринкові зміни протягом наступного періоду проведення аналізу за відсутності попереднього регулювання. Цей аналіз повинен враховувати вплив інших видів регулювання, що застосовуються до пов'язаних з ними оптових ринків певних послуг протягом наступного періоду проведення аналізу.

2. Базовим критерієм ринкового впливу є частка ринку, що характеризує структуру ринку та відносну питому вагу різних постачальників, які діють на ринку певних послуг. Частки ринку розглядаються в розрізі відповідних ринкових умов, зокрема, динаміки ринку та ступеня диференціації послуг (пакет послуг тощо).

3. Показники, які використовуються для визначення частки ринку кожного постачальника, залежать від характеристик відповідного ринку певних послуг.

Для визначення частки ринку можуть бути використані показники –

обсягу продажів, обсягу продажів за вартістю, обсягу користувачів певними послугами, інші показники обсягу, що характеризують техніко-економічний стан постачальника.

У випадку диференційованих (пакетних) послуг перевага надається показникам обсягу продажів та відповідній частці постачальника на ринку певних послуг, оскільки вони краще відображають відносну позицію та вплив кожного постачальника.

4. Значна частка ринку (50 % і більше), яку утримує постачальник протягом певного часу, може вказувати на наявність ЗРВ за винятком певних обставин, в той же час, постачальники з ринковою часткою не більше 25 % може вказувати на відсутність ЗРВ на відповідному ринку певних послуг.

5. Якщо постачальник має значну частку ринку, але в динаміці поступово її втрачає, це може свідчити про те, що ринок певних послуг стає більш конкурентним, але не виключає виявлення ЗРВ.

6. Чим більша частка ринку та тривалий період часу, протягом якого її утримує постачальник, тим вища ймовірність того, що вона є важливою попередньою ознакою ЗРВ постачальника на ринку певних послуг.

7. Значні коливання частки ринку з часом можуть свідчити про відсутність ринкового впливу на ринку певних послуг. Також здатність нового учасника швидко збільшити свою частку ринку може свідчити про те, що відповідний ринок є більш конкурентним, і що бар'єри для входу можна подолати в розумні строки.

8. Наявність великої частки ринку означає, що відповідний постачальник може мати ЗРВ та займати на ринку певних послуг становище еквіваленте домінуючому.

Якщо частка ринку не більше 50 %, то для визначення постачальника (ів) з ЗРВ додатково враховуються інші ключові структурні характеристики ринку певних послуг, які визначені в пункті 9 цього розділу.

9. Під час визначення постачальника, який індивідуально має ЗРВ можуть бути використані такі критерії:

наявність залежних від постачальника на ринку певних послуг бар'єрів для входу на цей ринок інших постачальників;

наявність бар'єрів, що заважають існуючим постачальникам збільшувати їх частку ринку;

класифікація підприємства;

наявність інфраструктури, яку складно дублювати;

технологічні та комерційні переваги;

відсутність або низький рівень купівельної спроможності споживача;

легкий або привілейований доступ до ринків капіталу/фінансових ресурсів;

диверсифікація послуг (паketні послуги тощо);

економія на масштабі;

економія обсягу;

прямі та непрямі мережеві ефекти;

вертикальна інтеграція;

високорозвинена мережа дистрибуції та збуту;

укладання довгострокових і стійких угод про надання послуг;

участь у договірних відносинах з іншими постачальниками мереж та/або послуг на ринку певних послуг, що може призвести до обмежень щодо доступу на ринок;

відсутність потенційної конкуренції;

інші фактори та закономірності, що були виявлені під час визначення постачальника із індивідуальним ЗРВ та які різносторонньо характеризують його вплив на ринку певних послуг.

10. Значний ринковий вплив постачальників може випливати з комбінації критеріїв, вказаних в пункті 9 цього розділу, які в сукупності будуть вирішальними для визначення постачальника із індивідуальним ЗРВ.

11. Спільний значний ринковий вплив або становище економічної сили можуть мати декілька постачальників, які юридично та економічно незалежні один від одного, за умови, якщо вони діють разом на ринку певних послуг, що

дозволяє їм передбачати поведінку один одного. Наявність угоди про взаємодію або інших зв'язків відповідно до законодавства не є обов'язковою умовою для визначення спільного ЗРВ.

12. Постачальники, які мають спільний ЗРВ існують тоді, коли, з огляду на фактичні характеристики ринку певних послуг, кожен учасник ринку певних послуг, усвідомлюючи спільні інтереси, вважає можливим, економічно раціональним, а отже, доцільним прийняти на довготривалій основі спільну політику щодо їхньої ринкової поведінки з метою продажу послуг за цінами, відмінні від рівноважних без необхідності укладати угоду чи вдаватися до узгодженої практики та без будь-якої фактичної чи потенційної конкуренції учасників, а також без суттєвої втрати користувачів своїх послуг.

13. Для визначення постачальників, які мають спільний ЗРВ на ринку певних послуг мають одночасно виконуватися наступні критерії:

достатня прозорість – кожен учасник ринку певних послуг має можливість доступу до інформації щодо поведінки інших учасників на ринку певних послуг, щоб контролювати, чи приймають вони спільну політику, стратегію та чи підтримують її своїми діями;

надійні механізми стримування – ситуація мовчазної координації має бути стійкою в часі, тобто має бути стимул не відходити від спільної політики на ринку певних послуг протягом тривалого періоду. За таких умов характерно, що всі учасники ринку певних послуг дотримуються паралельної поведінки та можуть отримати користь від цих дій. Тобто кожен учасник ринку певних послуг розуміє, що його дії, спрямовані на збільшення своєї частки на ринку, спровокували б ідентичні дії з боку інших, тому він не отримає жодної вигоди від своєї ініціативи в перспективі;

відсутність ефективних зовнішніх обмежень – необхідно встановити, що передбачувана реакція нинішніх і майбутніх конкурентів, а також користувачів послуг не поставить під загрозу очікувані результати спільної політики.

14. Висновок щодо постачальників, які мають спільний ЗРВ може

ґрунтуватися на інших сполучних факторах та залежатиме від економічної оцінки, в тому числі і від оцінки структури ринку певних послуг. Тобто два або більше постачальники мереж та/або послуг спільно мають ЗРВ на відповідному ринку, навіть якщо між ними немає відповідного зв'язку (структура власності тощо), але вони діють на ринку, де немає ефективної конкуренції та існує більше одного постачальника, який має індивідуальний ЗРВ на такому ринку. Це особливо вірогідно, якщо ринок має певні характеристики, зокрема щодо концентрації ринку, а також:

- сталий ринок;
- відсутнє або незначне зростання попиту;
- низька еластичність попиту;
- однорідність послуг;
- подібні структури витрат;
- подібні частки ринку;
- відсутність технічних інновацій, зрілі технології;
- відсутність додаткової потужності;
- високі бар'єри входу на ринок;
- відсутність потенційної конкуренції;
- неформальні або інші зв'язки між зацікавленими постачальниками мереж та/або послуг;
- відсутність або обмеження можливостей для цінової конкуренції;
- вертикальна інтеграція та загальна відмова від надання послуг;
- відсутність купівельної спроможності споживача;
- інші характеристики та закономірності, що були виявлені під час визначення постачальників із спільним ЗРВ, та які розкривають їх спільний вплив на ринку певних послуг.

15. Постачальники, які мають спільний ЗРВ можуть визначатись шляхом застосування комбінації певних характеристик ринку, вказаних в пункті 14 цього розділу, які в сукупності будуть вирішальними для визначення спільного ЗРВ.

16. Якщо постачальник визначений таким, що має ЗРВ на ринку певних послуг, він може бути визначеним також, як такий, що має ЗРВ на тісно пов'язаному (суміжному) ринку певних послуг, якщо зв'язки між двома ринками дають змогу використовувати ринковий вплив на відповідному суміжному ринку певних послуг для зміцнення ринкового впливу такого постачальника.

VIII. Консультації з учасниками ринку, іншими зацікавленими сторонами

1. Консультації з учасниками ринку, іншими зацікавленими сторонами щодо ідентифікації, визначення та аналізу ринків певних послуг проводяться відповідно до статі 22 Закону.

2. За результатами консультацій НКЕК узагальнює інформацію про результати обговорень, що оформлюється протоколом, який містить перелік учасників обговорення, результати розгляду всіх коментарів і пропозицій, які надійшли від зацікавлених сторін, з обґрунтуванням їх прийняття або відхилення.

IX. Оцінка стану ринку певних послуг та наслідків в майбутньому, якщо такий ринок не підпадає під запровадження регуляторних зобов'язань

1. Оцінка стану ринку певних послуг та наслідків в майбутньому проводиться НКЕК за умови невиконання тесту трьох критеріїв, тобто в разі якщо ринок певних послуг визначено як такий, що не підпадає під запровадження регуляторних зобов'язань.

2. Оцінка стану ринку певних послуг та наслідків в майбутньому проводиться з урахуванням таких факторів як:

тенденції розвитку ринку, що впливають на ймовірність того, що на ринку може виникнути ефективна конкуренція в майбутньому;

обмеження конкуренції на оптовому та роздрібному рівнях незалежно від того, чи вважаються причинами таких обмежень фактори, пов'язані з

електронними комунікаційними мережами чи послугами або з іншими типами послуг або додатків (користувацьких комп'ютерних програм), що є аналогічними для кінцевого користувача, та незалежно від того, чи є такі фактори частиною ринку певних послуг;

інші види регулювання або заходів, що встановлюються та впливають на такий ринок, або суміжний ринок, або роздрібні ринки електронних комунікацій протягом певного періоду, у тому числі зобов'язання щодо спільного розташування і використання елементів електронних комунікаційних мереж, взаємоз'єднання мереж та доступу, встановлені відповідно до Закону;

регулювання, що застосовується на інших ринках.

3. Висновки щодо оцінки стану ринку певних послуг та наслідків в майбутньому зазначаються у звіті за результатами проведеного аналізу ринків.

**Начальник Управління
аналізу ринків та звітності**

Леонід ОЛІЙНИК